

4A's - Análise, Adaptação, Ativação, Avaliação. (Raimar Richers)
4C's - Cliente, Conveniência, Comunicação, Custo. (Robert Lauterborn)
4P's - Produto, Preço, Praça (ou ponto), Promoção. (Jerome McCarthy)
8P's - Produtividade, Perceptíveis, Pessoas, Processos + 4P.
AMPLITUDE de produtos - <i>Número de diferentes linhas de produtos</i> que a empresa possui. Ex. GE – General Electric que fabrica de liquidificadores até turbinas para aviões.
ATACADO – Comércio grossista, elemento da cadeia de suprimentos. Um canal de distribuição entre a indústria e o comércio varejista.
BRAND EQUITY - Força da marca (literalmente seria algo como “marca igual”). Em contexto, significa o que diferencia uma marca em relação às demais.
DESEJOS dos clientes - Variável psicométrica, subjetiva, sobre a qual se atribui “valor” e as características de um produto ou serviço.
E ³ - Eficiência, Eficácia, Efetividade.
EMPREENDEDOR - Tem em seu perfil, dentre outros aspectos: Correr Riscos Calculados, Gestão da Inovação e Mudança, Proatividade. Conforme o SEBRAE: “são visionários, dotados de ideias realistas e inovadoras. Além disso, desenvolvem um papel otimista dentro da organização, capaz de enfrentar obstáculos internos e externos. http://www.sebrae.com.br/customizado/desenvolvimento-territorial/o-que-e/empreendedorismo
EMPRESÁRIO - Conforme o Código Civil Brasileiro - Art. 966. Aquele que exerce profissionalmente atividade econômica organizada para a produção ou a circulação de bens ou de serviços. <i>Parágrafo único.</i> Não se considera empresário quem exerce profissão intelectual, de natureza científica, literária ou artística, ainda com o concurso de auxiliares ou colaboradores, salvo se o exercício da profissão constituir elemento de empresa. Nota: O CCB não conceitua atividade empresarial, apenas empresário.
EXTENSÃO de produtos - <i>Número total de itens produzidos, dentro de cada linha de produtos.</i> Ex. A linha da Boeing para aviação civil é bastante extensa, indo de aviões com pouco mais de 100 passageiros, até aqueles com capacidade de levar 500 pessoas. Contudo, todos dentro de uma única linha de produtos, qual seja a aviação.
MARCA - É um nome, termo, símbolo, desenho ou uma combinação desses elementos, para identificar um produto e/ou serviço ou a entidade que os presta. Um ativo intangível, um “direito”, concedido pelo Estado e garante, em todo o território nacional, sua prioridade e uso exclusivo ao seu detentor ou àqueles que este licenciar.
MARKETING - Ação de mercado. Conjunto de estratégias e ações que proveem o desenvolvimento, o lançamento e a sustentação de um produto ou serviço no mercado consumidor.
MARKETING HORIZONTAL - Empresas de mesmo nível no sistema se unem (não raro por fusão) para explorar uma oportunidade de negócio. As empresas combinam seus recursos como recursos de produção e distribuição a fim de maximizar seus ganhos potenciais. Ex. Uma empresa de refrigerantes pode combinar com um produtor de batatas fritas para que os dois produtos sejam distribuídos juntos no mercado.
MARKETING VERTICAL - Os elementos do mercado (Fornecedor, Atacadista e Varejista) atuam como um sistema unificado para atender o cliente. Pode ser: “Vertical corporativo” – todos os elementos são do mesmo proprietário; “Vertical administrado” – os elementos embora particulares se agregam e subordinam a empresa com maior porte e poder (dominante do mercado) entre eles, sem um acordo formal ou posse; “Vertical contratual” – empresas contratantes são incluídas na distribuição do contratado e usufruem de seus recursos, inclusive o uso da marca, via <i>Franchising</i> , por exemplo.
MERCADO - Classicamente e basicamente formado por: CCF - Clientes, Concorrentes e Fornecedores.
NECESSIDADES dos clientes - Variável sobre a qual se atribui as características objetivas de um produto ou serviço.
P20C3 – Prever, Planejar, Organizar, Coordenar, Controlar, Comandar. (Funções da Administração).
PROFUNDIDADE do Mix - <i>Número de versões diferentes de cada produto na linha.</i> Um mesmo produto pode ter várias apresentações em termos de tamanho, e pequenas variações na fórmula. Maionese Hellmann's passou a oferecer uma opção “com mais limão”, mantendo a versão tradicional. Coca-Cola oferece grande variedade de embalagens diferentes para o mesmo produto.
SAZONALIDADE - Eventos de ocorrência prevista e pontual (Ex.: datas comemorativas) ou imprevistos (Ex.: uma friagem fora de época). Afetam a relação de demanda e oferta de um produto ou serviço.
SIM - Acrônimo de Sistema de Informação em Marketing.
VAREJO – Comércio retalhista, vendas diretas ao consumidor.
VIPI – Características dos serviços: Variabilidade, Intangibilidade, Percibilidade, Inseparabilidade.

“Os problemas não podem ser resolvidos no mesmo nível mental em que foram criados” – EINSTEIN, Albert.